



Dr. Andreas Pleßke ist seit 2014 bei Koenig & Bauer in verschiedenen Vorstandspeditionen tätig und seit 2021 Vorstandssprecher und CEO. Ausserdem ist er Vorsitzender des drupa Komitees.

KOENIG & BAUER

Es wird beide Welten geben – die analoge und die digitale

Koenig & Bauer feierte im September 2023 das 175-jährige Bestehen des Standorts Mödling nahe Wien. Das Werk ist innerhalb des Konzerns für Montage und Service der weltweit installierten Banknoten-Druckmaschinen zuständig. Am Rande der Feierlichkeiten sprachen wir mit *Koenig & Bauer*-Vorstandssprecher DR. ANDREAS PLESSKE über den Wertpapierdruck, die Digitalisierung des Zahlungsverkehrs, die Entwicklungen im Digital- und Verpackungsdruck sowie über Nachhaltigkeit.

Von Knud Wassermann

Druckmarkt: Herr Pleßke, welche Rolle spielen der Wertpapier- und der Sicherheitsdruck heute für Koenig & Bauer?

DR. ANDREAS PLESSKE: *Koenig & Bauer* steht auf sehr vielen Beinen, und der Wertpapierdruck ist für uns nach wie vor ein wichtiges Segment. Etwa ein Fünftel des Konzernumsatzes entfällt auf diesen Bereich; mit einer gewissen Schwankungsbreite – je nach Auftragslage. Er ist nicht das grösste unserer drei Segmente, die in Special, Digital & Web und Sheetfeed gegliedert sind, aber es ist ein ganz zentrales Gebiet, in dem viel Know-how steckt, das auch für andere Bereiche relevant ist.

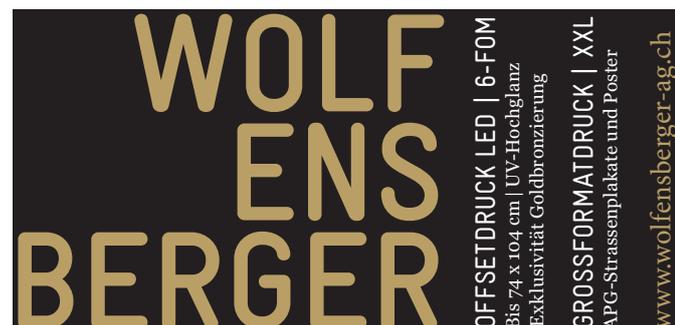
Die Digitalisierung des Zahlungsverkehrs wird in Europa und Nordamerika vorangetrieben. Wie wirkt sich dieser Trend auf Ihr Geschäft aus?

Die Banknote durch andere Zahlungsmittel ersetzen zu wollen, ist nicht neu. Das nahm den Anfang mit der Einführung der Traveller's Cheques, ging weiter mit der Bankkarte bis zur Kreditkarte und den verschiedenen Apps wie etwa *Apple Pay*. Verschiedene Regierungen versuchen den gesamten Zahlungsverkehr mittels Digitalisierung transparenter zu gestalten, um dadurch zum Beispiel Steuerhinterziehung oder Geldwäsche zu verhindern. Ein weiterer Trend zum digitalen Zahlungsverkehr sind hochspekulative Krypto-

währungen wie etwa *Bitcoin*, die sich aber nicht als tägliches Zahlungsmittel eignen.

Einige Zentralbanken arbeiten daran, eine nicht spekulative digitale Münze einzuführen, sogenannte *Central Bank Digital Coins*, kurz (CBDC). Ein solcher digitaler Euro wäre mit keinem Bankkonto verbunden, man bekäme ihn direkt von der Zentralbank. Die digitale Münze wäre auf dem Handy gespeichert und existiert wirklich nur digital. Alle anderen digitalen Wege sind lediglich Methoden, auf ein Konto zurückzugreifen, und da ist aktuell vieles im Fluss.

Circa eine Milliarde Menschen leben derzeit in einer hoch technisierten Welt und heben Zugriff auf digitale Zahlungsinstrumente wie etwa Mobiltelefone. Hier schrumpft die tägliche Cash-Bezahlung, aber auch nicht überall. >



Circa sieben Milliarden Menschen leben aber in unterschiedlich stark entwickelten Volkswirtschaften und verfügen teilweise nicht einmal über ein Konto. Dort spielt Bargeld eine grosse Rolle – und dort wächst auch die Bargeldmenge.

Ein Aspekt, den wir in diesem Zusammenhang nicht vergessen dürfen, ist das Vertrauen in die jeweilige Währung! Gerade in unruhigen Zeiten, wie wir sie ak-

Die App ValiCash, die in einer Forschungs-kooperation von Koenig & Bauer und der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe entstand, ist in der Lage, die Echtheit einer Banknote zu prüfen und stellt je nach Modell des mobilen Endgeräts in weniger als einer Sekunde fest, ob sie gefälscht oder echt ist. Das gemeinsame Unternehmen coverno wurde nun in das Kerngeschäft von Koenig & Bauer integriert.



tuell erleben, ist das psychologische Moment nicht zu unterschätzen. Das Vertrauen in digitalen Währungen und die dafür notwendige Infrastruktur ist bei Weitem nicht in dem Masse vorhanden wie bei den gedruckten Banknoten. Zusammenfassend ist Geld also ein sehr emotionales Thema, deshalb rechnen wir auf lange Sicht mit einem stetigen Auftragseingang für Wertpapier-Druckmaschinen.

Gibt es beim Banknotendruck denn noch Innovationspotenzial?

Vor allem rund um den Druck tut sich einiges. Wir haben beispielsweise mit ValiCash eine App entwickelt, mit der über die Kamera eines Mobiltelefons eine Banknote auf ihre Echtheit überprüft werden kann. Es lässt sich heute auch im Supermarkt Geld abheben. Für die Einzahlung braucht es aber eine Prüfmöglichkeit – und zwar binnen einer Sekunde. So wird man teilweise auf Bankomaten verzichten können.

Der industrielle Digitaldruck, wie wir ihn mit der VariJet 106 ansprechen, ist nicht unbedingt günstiger als der Offsetdruck.

Eine Banknote ist ein extrem fälschungssicheres Instrument. Registriert man eine Banknote, könnte man sie auch als Eintrittskarte verwenden. Eintrittskarten für ein Konzert, die zwei-, drei- oder vierhundert Euro kosten, müssen auch über eine gewisse Fälschungssicherheit verfügen.

Das aber könnte auch eine Banknote mit ihrer Seriennummer und anderen Features übernehmen.

Aktuell gibt es einen massiven Einbruch bei grafischen Papieren im Verbrauch und Absatz. Von rund 40 Prozent Minus ist die Rede. Wie wirkt sich diese Entwicklung auf das Geschäft von Koenig & Bauer aus?

Der Akzidenzdruck befindet sich seit vielen Jahren in einem Abwärtstrend. Noch schlimmer hat es den Zeitungsdruck getroffen. Das Maschinengeschäft im Zeitungsdruck ist auf ein sehr niedriges Niveau zusammengeschrumpft.

Für uns ist der Akzidenzdruck nach wie vor von Bedeutung, weshalb wir dafür nach wie vor Maschinen entwickeln und anfertigen. Strategisch konzentrieren wir uns aber schon seit Jahren auf den Verpackungsdruck, der immer noch ein Wachstumsmarkt ist. Diese Ausrichtung haben mittlerweile auch unsere Wettbewerber eingeschlagen.

Vom Erfolg der Offsetmaschinen ist immer wieder zu lesen. Wie aber läuft die Entwicklung der B1-Digitaldruckmaschine VariJet 106 für den Verpackungsmarkt?

Sie ist zum Verkauf freigegeben und im Moment sind zwei Beta-Maschinen installiert. Darüber hinaus haben wir auch schon die ersten Maschinen verkauft, die in Kürze installiert werden.

Wie reagiert der Markt auf die digitale Lösung im B1-Format?

Das Interesse ist immens, was aber nicht automatisch sofort in Bestellungen mündet. Die Kunden wollen erst einmal verstehen, welche Anwendungen zum Digitaldruck und zu dieser Maschine passen und welche Geschäftsmodelle sich daraus ergeben. Denn im industriellen Bereich, den wir mit der VariJet 106 ansprechen, ist der Digitaldruck nicht unbedingt kostengünstiger als der Offsetdruck.

Man muss die Vorteile des Digitaldrucks erkennen und diese dann in ein Geschäftsmodell umsetzen. Dabei liegen die Vorteile ganz klar in der Personalisierung, in der Flexibilität und in kleinen Losgrößen, in weniger Makulatur und auch im Produktionsverbund mit Offsetdruckmaschinen.

Ja, wir glauben an das Wachstum des industriellen Digitaldrucks. Er wird mit Sicherheit in den nächsten Jahren einen grösseren Marktanteil für sich verbuchen können, den Offsetdruck aber dennoch nicht ablösen. Die Einschätzungen von Experten reichen von zehn bis 30 Prozent des Umsatzes, die der industrielle Digitaldruck für sich in den nächsten zehn Jahren in Anspruch nehmen kann.

Vor allem aber wird die Entwicklung im Markt unserer Einschätzung nach nicht disruptiv sein, bei der der Digitaldruck alles verdrängt – vielmehr wird es beide Welten nebeneinander geben: die analoge und die digitale.

Die VariJet ist in Kooperation mit Durst entstanden. Was können wir aus dieser Zusammenarbeit noch erwarten?

Es ist eine langfristig angelegte Kooperation für den Verpackungsbereich – sowohl für die Faltschachtel als auch für die Wellpappe. Die jetzt entstehenden Produktfamilien werden mit Sicherheit Maschinen links und rechts der heutigen Produktlinie hervorbringen. *Durst* versteht sehr viel von der Druckkopfansteuerung und von der Tinte, und wir verstehen viel vom Maschinenbau und Materialhandling.

Heisst das im Umkehrschluss, dass Sie im Digitaldruck nicht in die Akzidenz gehen?

Man kann mit der *VariJet* sowohl den Verpackungs- als auch den Akzidenzdruck abdecken. Die Maschine kann beides. Aktuell zielen wir mit der *VariJet* auf den Faltschachtelmarkt ab.

Aber ich darf Ihnen sicher von einer anderen Druckmaschine erzählen: Die *RotaJet* – sie arbeitet von der Rolle und ist nicht für den Faltschachtelmarkt ausgelegt. Mit *Grafica Venta* hat vor Kurzem ein Bücherdrucker diese Lösung bestellt. Die Anwendungsmöglichkeiten der *RotaJet* sind also breit gefächert.

Auf einer Skala von eins bis zehn – zehn wäre die Bestnote – wo sieht sich Koenig & Bauer im Bereich der Digitalisierung?

Wir investieren sehr viel in diesen Bereich. Wir bauen massiv eigene Kompetenzen auf und stellen Mitarbeiter ein. Wir haben einen sogenannten modularen Automatisierungsbaukasten, der alle digitalen Geschäftsmodelle ermöglicht. Wir sind aber noch nicht überall dort, wo wir sein möchten. Genau deshalb investieren wir in diesen Bereich. Wobei ich glaube, dass wir im Vergleich zu den Wettbewerbern gut aufgestellt sind.

Im Verpackungsdruck sind Sie ja auch in Richtung Stanzen und Kleben gegangen. Wie wird dieses Engagement vom Markt aufgenommen? Gibt es schon Kunden, die auf Komplettlösungen von Koenig & Bauer setzen?

Es gibt Kunden, die bereits auf unser gesamtes Portfolio setzen. Unsere Strategie lautet, nicht nur Maschinen anzubieten, sondern Kunden über die gesamte Prozesskette der Faltschachtel-Produktion hinweg zu begleiten. Dabei setzen wir auf ganzheitliche Lösungen, die den Kunden auch einen Zusatznutzen liefern. Die Idee ist, eine komplette Faltschachtelfabrik bereitzustellen.

Im Zusammenhang mit ganzheitlichen Lösungen steht Nachhaltigkeit sowohl in der Druck- als auch in der Verpackungsindustrie ganz oben auf der Agenda. Wie bringt sich hier Koenig & Bauer ein?

Die drei grössten Treiber, mit der die Menschheit den Planeten belastet, sind die CO₂-Emissionen, der Ver-



packungsmüll und Fast Fashion. Momentan fokussieren sich alle auf die CO₂-Emissionen. Mit recyclingfähigen oder auch wiederverwendbaren Verpackungen verfügen wir über einen sehr grossen Hebel zur Reduktion von CO₂-Emissionen.

An dieser Stelle verstehen wir uns als Enabler, weil wir mit vielen Druckverfahren ganz unterschiedliche Substrate bedrucken können. In den nächsten Jahren wird sich mit hoher Wahrscheinlichkeit ein Wandel vollziehen – sowohl bei den eingesetzten Substraten und Druckverfahren als auch beim Recycling.

Wenn man von Verpackungen spricht, befindet man sich im Zentrum der Nachhaltigkeitsdiskussion. Nachhaltigkeit ist eine der Triebfedern unseres Geschäftsmodells, um unsere Zukunft, aber auch die unserer Kunden erfolgreich zu gestalten.

Warum sollte man die drupa 2024 generell – und im Speziellen den Stand von Koenig & Bauer – besuchen?

Ich kann Ihnen zur Messe Folgendes sagen: Sie ist ein People's Business. 85 Prozent unserer Produktion gehen in den Export, wir liefern in alle Länder der Welt. Und ganz wichtig – wir haben mit Kunden in der Regel zehn-jährige oder noch längere Beziehungen.

Das VariJet 106 Drucksystem ermöglicht die Kombination von digitalem Inkjetdruck mit optionalen Druck- und Inline-Veredelungsmöglichkeiten, die aus dem Offset bekannt sind. Damit produzieren Kunden bereits heute die Verpackungen der Zukunft: personalisierte und individualisierte Faltschachteln in kleinen bis mittleren Auflagen – mit unschlagbaren Veredelungsoptionen aus dem Offsetdruck.

In den nächsten zehn Jahren wird der industrielle Digitaldruck nach Expertenmeinung 10% bis 30% des Umsatzes erreichen.

Eine Messe wie die *drupa* ist zu allererst ein Treffen der internationalen Print-Community. Besucher und Aussteller kommen ins Gespräch und können sich vernetzen. Wir werden natürlich ein Feuerwerk von innovativen Produkten und Lösungen vorstellen!

Herr Dr. Pleßke, Danke für das Gespräch!

